

埼玉県行田市 大野建設株式会社 <http://www.oono.gr.jp/>

木のいのち、人のこころと向かい合い、自然につながった驚異的なリピート・紹介率。
顧客とのつながりを大切に、地域に根ざして100年。

埼玉県北部、熊谷市の隣に行田市がある。その街でもなく創業100年を迎える住宅会社、大野建設がある。第一に「お客様の役に立つ」、その結果として「我々会社も個人もよくなる」そして「地域もよくなる」という考え方で「三方よし」を会社経営の根幹にすえ、家づくりに取り組んでいる。今回は、その3代目社長大野年司氏に、100年続く地域での住宅づくりについてうかがった。

実証している
100年住宅づくり

明治40年、創業間もない大野建設が手がけた住宅が、90年を経た今も現役で使用されている。それ以外にも同社が施工し、50～60年経つ住宅がたくさんある。大野社長曰く、「日本の木の家は100年前の技術でも、きちんと施工し、きちんとメンテナンスを行えば、十分100年は持つという証拠」である。「日本の住宅の寿命は25～30年と言われてきましたが、本当はその4倍です。日本の檜や杉は、日本の気候風土に合った世界で最も優れた建築材料。本物の無垢の材料に勝るものはありません。私たちはこの地で採れた本物の材料を中心に

本物の心を持った日本の伝統技術によって家づくりをしてきました」という大野社長。同社には3代にわたって言い伝えられる家づくりの「思想」がある。

- ひとつ、「家づくりは細く永く行え」
- ひとつ、「家づくりは一生涯地域を離れない者が行うもの」
- ひとつ、「家づくりは地域をよく知る者が行え」

まさに、地域密着型住宅会社の哲学である。この思想に基づいて、大野建設は地域に住まうお客様一軒一軒の家づくりをしっかりと、大切に100年間続けている。平成10年には、技術者・技能者の養成と長年の地域建築貢献が認められ、「建設大臣顕彰」を受賞した。

紹介率70%の地域密着力

大野建設は年間80～90棟の注文住宅を建築しているが、実にその70%はリピーターと紹介客。これだけの棟数を手がける住宅会社で紹介率が70%という驚異的な高さは全国でも珍しいだろう。これはいかにお客様を大切に、地域密着型経営をしてきたかということを表している。その証は、同社の「会社案内」に

紹介されている。会社案内の最初のページには、1件のお客様がきっかけで、21件の物件を施工したことがわかる具体的な系譜が紹介されている。このようなお客様とのつながりを会社案内で紹介できる企業は稀である。いかに1件の顧客とのつながりを大切にしているかの証だ。大野社長からは「お客様の立場に立つ」とか「地域の人のために」という言葉が聞かれるが、具体的に同社ではお客様・地域向けにどのような施策を展開しているのだろうか。そこには、家づくりは一生涯地域を離れない、地域をよく知る者が細く永く行なえという同社の思想が反映されている。

責任あるアフターサービス対応

同社では2300軒の全OB客に対して、営業担当者が必ず年2回訪問し、チェックやアドバイスなどを行い、顧客の信頼・安心のために真剣に対応している。それは、引渡し時に営業・設計・施工担当・棟梁の名前が刻まれた真鍮のプレート为基础に貼り付けて、誰が担当したかという担当者の「誇り」と同時に、「責任」も明確にしているからだ。さらに、お客様のクレーム・アフターサービスについては、即日対応が鉄則。15年前から実施しており、5年前からは24時間体制でサポー

トしている。リピート・紹介の多さは、こうした責任を明確にするサポート体制がポイントになっている。



地域との交流

同社の多目的ホールは地元住民に積極的に開放され、「ふるさと創生事業」など地域の会合をはじめ、大野建設の社員とお客様を中心に結成された「混声合唱団」の練習(月2回)などが行われている。この合唱団は施主様に有名な指揮者がいたことがきっかけで結成され、今では総勢約50名が参加する同社の重要なお客様との交流活動の一つ。その他、地域の行事やイベントなど社会活動への参加を進めるなど、さまざまな形で地域とのつながりが自然と出来上がっている。まさに地域に根ざし、地域社会と共に生き、親しまれる住宅会社のあるべき姿である。

福を呼ぶ家づくりエピソード集

これは、同社で住宅を建てたことがきっかけで、いろいろな福が舞い込んだというお客様から寄せられたエピソードを冊子にまとめたものである。「これはどのような時に使うのですか?」という問いに、大野社長は「何社も廻ってどこに決めようかと迷っているお客様に差しあげるのです」判断の材料にしてください、という最後の一押しだと言う。「もしかしたらあなたの家にも新しい福を呼ぶかもしれませんよ」という一言がクロージングの役割を果たしている。



お客様から寄せられた「住宅を建てたことで、こんないいことが起こった」という手紙が「エピソード集」としてまとめられている。



代表取締役社長 大野 年司氏



一人のお客様から、21件のお客様にひろがったことが大きく掲載されている。

自然体で取得した ISO14001

大野建設を訪問して本当に腰を抜かすほどびっくりしたことがある。社長がモデルハウスでいきなりトイレの便器に手を入れ、「当社のトイレはこんなにきれいですよ」と素手で洗ってみせてくれたことだ。小便器も大便器もである。毎朝社員が素手で洗っているから不衛生で汚いなど思ったことがないという。トイレが臭うということは全くない。



「当社のトイレはこんなにきれいなんですよ」と、素手で洗ってみせた社長。

とにかく社内にはチリーつ落ちていない。これは何でも徹底して取り組む同社の姿勢をよく現している一例だ。同社では99年に取得した品質管理の国際規格ISO9001認証に加え、2001年に環境マネジメントシステムの国際規格14001認証を取得した。多くの企業が認証取得のために社内体制やルールを決めるようだが、同社では通常業務のルールの延長線上で取得できたという。いまどき

環境に配慮した家づくりをやっているという企業は多い。しかし、単にやっているだけではなく、どこまで本気で取り組んでいるかが問題なのだ。同社では地域の環境、さらには地球環境のことを考え、環境に反する家づくりはしないという考え方が徹底している。今年度の経営計画でもさらなる環境負荷低減を目指し、環境に関する様々な目標が定められている。例えば、現場廃棄物の対前年比10%減、同じく現場での分別回収率を90%以上に、(前年は85%)、ガソリン使用量21%減、コピー使用量3%減、電話使用料3%減など、非常に細かく目標設定がされ、社内に貼りだされている。この目標に基づき毎月各部署毎に達成

率競争がなされている。さらに今年度は、お客様満足県内ナンバー1、一人当たりの営業利益県内ナンバー1という経営目標が掲げられている。地域密着100年、大野建設は、まさに地域ナンバー1の住宅会社を目指し、社員それぞれが目標達成に向けて取り組んでいる。



資格やISOの認証取得、その他建築関係の受賞を社内でアピール。



どのPR資料にも大野建設のものづくりへの「こたわり」と「情熱」が伝わってくる。

TOP RUNNER

今回のポイント

「紹介拡大」につながる顧客・地域との結びつきを考える

・今回のトップランナー大野建設様は、リピート・紹介率70%という会社です。年間80~90棟を受注する住宅会社としては、非常に高い数字です。100年という歴史の中で実践してきたことが、その地域・顧客との結びつきの強さにつながっています。

・今回は、地場住宅会社として最も大きな課題・願望である「紹介拡大」に焦点を当て、大野建設様の例を参考に考えてみました。

大野建設の顧客・地域との関係づくり

最近の取り組みを中心に同社の特徴的な活動をあげてみました。

主な活動・対応

1. 物件に関わった担当者の氏名をプレートに記し、物件に貼りつけて残す。
2. 営業担当者がアフター責任を負う。
3. 年2回、全OB客を営業担当者が定期巡回する。

お施主様

大野建設

4. 自社施設である多目的ホールの提供。
・地域の会合・集会に提供。地元企業としても積極的に参加する。
・社員、顧客・地域の人が合唱団を結成、その会場として提供。
5. 地元の木材を使用。さらに、環境マネジメントの国際規格14001を取得し、地域貢献、環境に配慮した会社であることを訴えている。

地域

「紹介拡大」につながる顧客・地域活動

営業活動 = 基本的な集客活動 ➡ 社会活動 = **プラス** の活動

Step 1

地域の自治活動への参加

例えば

- ・各季節ごとに行われる地域の祭、行事に会社として協賛したり、社員がボランティアとしてお手伝いする。
- ・社長など、幹部は大野建設様に見られる「ふるさと創成事業」や青少年健全育成、あるいは自治会、学校の役員などのメンバーとして参加する。

Step 2

地域の清掃(会社周辺・公園・駅など)

例えば

- ・全社員が揃いのジャンパーを着て、毎月あるいは毎週1回、近くの駅、公園などの清掃をする。
- ・建築工事を行なっている現場、周辺町内の道路、公園などを社員、職人が毎週清掃する。

Step 3

自社施設を開放(モデルハウス・ショールーム・会議室)

例えば

- ・以前トップランナーにご登場いただいた北澤工務店様は、モデルハウスに「カタロ」という名前をつけて地域の人やお客様との「語る」場として提供されていた。
- ・自社のモデルハウス、ショールーム、会議室を地域の人に、様々な活動の場として活用していただく。その場に社員も参加する。

— これらを地域の人達から認められ、親しみを持って受け入れていただけるまで続ける。 —

自然な形で紹介・リピート受注につながる